

# Gestaltungsrichtlinie – Hinweise zur inhaltlichen Gestaltung sowie Richtlinie zur formalen Gestaltung einer wissenschaftlichen Arbeit

am

Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre,  
insbesondere Marketing

Brandenburgische Technische Universität Cottbus - Senftenberg

Stand: April 2021

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>I</b>
<b>1. Einleitung .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Inhaltliche Gestaltung der Arbeit.....</b>	<b>2</b>
2.1 Fragestellung als Ausgangsbasis .....	2
2.2 Literatursuche und -auswertung .....	2
2.3 Gliederung und Strukturierung .....	4
<b>3. Formale Gestaltung der Arbeit.....</b>	<b>6</b>
3.1 Umfang und Formatierung der Arbeit .....	6
3.2 Aufbau der Arbeit .....	7
3.3 Begriffe und Textverständlichkeit .....	7
3.4 Abbildungen und Tabellen .....	7
3.5 Zitierweise (Quellenangabe) .....	8
3.6 Literaturverzeichnis .....	9
<b>4. Abgabe der Arbeit .....</b>	<b>12</b>
4.1 Hinweise für Seminar-/Oberseminararbeiten .....	12
4.2 Hinweise für Bachelor-/Masterarbeiten .....	12
<b>5. Bewertung der Arbeit .....</b>	<b>13</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>II</b>

# 1. Einleitung

Die im Folgenden dargestellten Gestaltungskriterien gelten für alle Arten von wissenschaftlichen Arbeiten (Seminar-, Oberseminar-, Bachelor- und Masterarbeiten), welche am Lehrstuhl für Marketing (Prof. Dr. Florian Dost) angefertigt werden. Das Anfertigen von wissenschaftlichen Arbeiten ist ein wesentlicher Bestandteil der universitären Ausbildung und beinhaltet das Einhalten bestimmter Regeln, welche das formal korrekte wissenschaftliche Arbeiten mit sich bringt. Die vorliegende Richtlinie ist in Anlehnung an bestehende Richtlinien und Hinweise anderer Lehrstühle (insbesondere des Instituts für Entscheidungstheorie und Unternehmensforschung der Universität Karlsruhe (TH) oder des Lehrstuhls für eCommerce an der Universität Frankfurt) entstanden. Weiterführende Informationen zu Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sind in einer Vielzahl von Büchern und Broschüren zu finden, die als Ergänzung zu empfehlen sind (z. B. Bänsch, Axel (2009): Wissenschaftliches Arbeiten, 10. Aufl., Oldenbourg, München oder Schenk, Hans-Otto (2005): Die Examensarbeit – Ein Leitfaden für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, Göttingen).

Hinsichtlich einer geschlechtersensiblen Sprache empfiehlt sich die Verwendung von geschlechtsneutrale Formen wie z.B. „Studierende“. Auch das generische Maskulinum ist verwendbar, sofern ein genereller Hinweis zu Beginn des Textes erfolgt, dass weibliche sowie weitere Geschlechtsidentitäten hierbei miteingeschlossen sind.

**Die Beachtung der in diesem Leitfaden dargestellten inhaltlichen und formalen Regeln wird erwartet. Abweichungen von diesen Richtlinien müssen vor der Abgabe der Arbeit mit dem zuständigen Betreuenden besprochen werden.**

## 2. Inhaltliche Gestaltung der Arbeit

### 2.1 Fragestellung als Ausgangsbasis

- Jeder wissenschaftlichen Arbeit liegt eine **eindeutige Fragestellung** zugrunde, die der Verfasser frühzeitig definieren und anderen – etwa im späteren Einleitungsteil seiner Arbeit – mitteilen muss. Er muss dort z. B. die folgenden Aspekte erläutern:
  - Welche Fragestellung möchte ich behandeln?
  - Warum ist sie wichtig?
  - Warum ist sie nicht trivial bzw. bereits gelöst oder einfach lösbar?
  - Was möchte ich Neues zur Lösung dieser Fragestellung beitragen?
  - Welche (empirische) Behandlung wähle ich zur Lösung dieser Fragestellung?
- Die Einleitung sollte wie folgt aufgebaut sein: Zuerst wird die Ausgangslage sowie daran anknüpfend die Zielsetzung der Arbeit beschrieben (Problemstellung). Danach folgt die Erläuterung der Vorgehensweise, d. h. die Art der Behandlung des Themas. Zuletzt wird die Gliederung der Arbeit vorgestellt.
- Im Rahmen des Hauptteils der Arbeit erfolgt dann die eigentliche **Behandlung dieser Fragestellung**, indem der Verfasser eine **neue, lückenlose, widerspruchsfreie Argumentations-/ Beleg-/ Beweiskette** entwickelt, aus der sich umfassende Antworten zu dieser Fragestellung ergeben. Abschweifungen und Exkurse sind weder sinnvoll noch gewünscht.
- Der Schlussteil der Arbeit beinhaltet dann die **Präsentation der Ergebnisse**, die aus der Behandlung der Fragestellung resultieren. Hierbei soll die zu Beginn gestellte Forschungsfrage beantwortet werden. In diesem Zusammenhang sollte die Gliederung der Arbeit erneut aufgegriffen werden, d. h. die Schritte zur Beantwortung der Forschungsfrage vorgestellt werden. Des Weiteren sollten auf Beschränkungen der eigenen Forschung, Forschungslücken sowie Handlungsempfehlungen eingegangen werden.

### 2.2 Literatursuche und -auswertung

- **Jede wissenschaftliche Arbeit hat auf vorhandene Literatur aufzubauen, ihre Literaturbezüge adäquat, kritisch und korrekt zu vollziehen und über das Zitieren entsprechend zu dokumentieren.**
- **Möglichkeiten der Literatursuche** (nicht bei jedem Thema sind alle Suchstrategien relevant):
  - Verwendung deutscher und englischsprachiger Zeitschriften:
    - Auswahl durch entsprechende Rankings, insbesondere JOURQUAL3 und hierbei Teilranking ABWL sowie Teilranking MARK des VHB (unter [vhbonline.org/vhb4you/vhb-jourqual/vhb-jourqual-3/gesamtliste](http://vhbonline.org/vhb4you/vhb-jourqual/vhb-jourqual-3/gesamtliste)). Die Nutzung anderweitiger Klassifikationen von Publikationen ist mit dem Betreuenden vor Bearbeitung des Themas abzustimmen.
    - Bsp.: Journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Marketing Science, International Journal of Research in Marketing, Journal of Product Innovation Management, Management Science, Journal of Econometrics, Academy of Management, Academy of Management Review, Strategic Management Journal, Research Policy, Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Marketing ZFP (je nach Thema weitere Zeitschriften)
  - Datenbanken, z. B. EZB und ABI-Inform (Zugang über das IKMZ der BTU)

- Durchsehen der Literaturverzeichnisse interessanter Artikel (daher: zuerst mögliche aktuelle Artikel suchen, die Klassiker sind dann überall zitiert)
- Wichtige Regel: Erst die **Relevanz eines Artikels** prüfen (Einleitung, Abbildungen und Tabellen, Zusammenfassung), dann durchlesen.
- Tipp: Das frühzeitige Anfertigen einer **Gliederung unterstützt die Zielgerichtetheit** bei der Literatursuche. Hierbei wird ein Abschweifen in die vielen anderen Gebiete, die auch „schrecklich“ interessant sind, aber doch nur am Rande etwas mit dem eigenen Thema zu tun haben, vermieden. Weiterhin ist erkennbar, zu welchen Gliederungspunkten noch etwas fehlt.
- Grundregel: **Traue keinem!** Quellen sind nicht unkritisch zu übernehmen, sondern zu bewerten. Auch Professoren können sich gelegentlich irren.
- Die vom Lehrstuhl ggf. ausgegebene **Einstiegsliteratur** soll als erster Einstieg dienen. Sie ist nicht notwendigerweise zentral für die Behandlung der Fragestellung.
- Die Qualität der Literaturarbeit wird nicht danach beurteilt, wie viele Quellen angeführt werden, sondern danach, ob die für die Behandlung der Fragestellung **relevanten Quellen** angeführt sind. Allerdings wird eine Mindestanzahl zitierwürdiger, wissenschaftlicher Quellen erwartet (siehe Tabelle 1). Wird diese unterschritten, weist dies negative Konsequenzen hinsichtlich der Benotung auf.
- Die Auswahl der Quellen sollte den Ansprüchen an eine wissenschaftliche Arbeit genügen. **Zitierwürdige Quellen** lassen sich anhand der eigenständigen Forschungsleistung des jeweiligen Autors erkennen. Lehrbücher, Skripte, Seminar- und unveröffentlichte Abschlussarbeiten basieren selten auf eigener Forschung und sollten nicht als zitierwürdige, wissenschaftliche Literatur betrachtet werden. Besonders hilfreich bei der Recherche nach zitierwürdigen, wissenschaftlichen Quellen sind Journal-Rankings (JOURQUAL3 des VHB, wobei insbesondere die Kategorien A+ bis C beachtet werden sollten). Änderungen bzw. Abweichungen (z.B. andere Rankings) sind nur nach frühzeitiger Absprache mit dem Betreuer möglich.
- Quellen müssen **im Original** zitiert werden. Sekundärzitate sind zu vermeiden.
- Aus jeglichen Quellen wörtlich oder sinngemäß übernommene Gedanken sind als solche zu kennzeichnen. **Einwandfreies Zitieren** ist Ausdruck wissenschaftlicher Ehrlichkeit. (Im Zweifel lieber zu viel zitieren als zu wenig.)
- Jedes Zitat ist darauf zu prüfen, ob es nicht – **aus dem Zusammenhang gerissen** – ein falsches Bild ergibt.

Art der Arbeit	Mindestanzahl an Quellen (VHB 3: Kategorien A+ bis C)
Seminararbeit	5 zitierwürdige, wissenschaftliche Quellen
Oberseminararbeit	10 zitierwürdige, wissenschaftliche Quellen pro Teilnehmer (6KP) 7 zitierwürdige, wissenschaftliche Quellen pro Teilnehmer (4KP)
Bachelorarbeit	20 zitierwürdige, wissenschaftliche Quellen (Durchschnitt: 35)
Masterarbeit	30 zitierwürdige, wissenschaftliche Quellen (Durchschnitt: 45)

Tabelle 1: Mindestanzahl zitierwürdiger, wissenschaftlicher Quellen

## 2.3 Gliederung und Strukturierung

- Die inhaltliche Gestaltung einer wissenschaftlichen Arbeit hängt in erster Linie von der Fragestellung und ihrer Behandlung ab. Hier erfolgen daher nur einige allgemeine Hinweise.
- Die **Gliederung** sollte **ausgewogen** sein.
  - Die Länge eines Abschnittes sollte grob seine Bedeutung für die Behandlung der Fragestellung widerspiegeln.
  - Punkte, die in der Gliederung auf der gleichen Stufe stehen, sollten auch sachlich den gleichen Rang einnehmen und von einem **gemeinsamen übergeordneten Begriff oder Thema** ausgehen.
  - Die **Gliederung** sollte **nicht zu tief** sein. In der Regel wird es bei mehr als 4 Gliederungsebenen unübersichtlich. Für Seminararbeiten sind nur in den seltensten Fällen mehr als 2–3 Gliederungsebenen sinnvoll. Andererseits sind mehr als 5–7 Kapitel oder mehr als 5–7 Unterkapitel in einem Kapitel unübersichtlich.
  - Wird eine **neue Gliederungsebene** eingeführt, muss sie mindestens zwei Unterkapitel enthalten. Beispiel: Kein 3.1.1, wenn kein 3.1.2 mehr folgt.
- **Exkurse** sind zu vermeiden. Sie sind geeignet für Lehrbücher. In wissenschaftlichen Arbeiten erwecken sie dagegen den Eindruck, dass der behandelte Aspekt nicht in die Gliederung eingeordnet werden konnte. Passt ein Aspekt nicht in eine Gliederung, ist wahrscheinlich die Gliederung ungeeignet oder der Aspekt ist so unwichtig, dass auch auf ihn verzichtet werden kann.
- **Definitionen** sind danach auszuwählen, ob sie für die Behandlung der Fragestellung geeignet sind. (Natürlich wird erwartet, dass Sie – soweit vorhanden – allgemein gängige Definitionen verwenden.) Definitionen sollen klarstellen, worüber geredet wird. Es bringt daher in aller Regel wenig, verschiedene in der Literatur verwendete Varianten aufzuzählen bzw. zu diskutieren. Tipp: Kontrollieren Sie am Ende Ihrer Arbeit, ob Sie sich auch wirklich an die von Ihnen eingangs formulierten Definitionen und Abgrenzungen gehalten haben. Tipp 2: Definieren Sie nur was wirklich und nur mit ihrer Problemstellung zu tun hat. Z.B. müssen Sie „BWL“ oder „Marketing“ üblicherweise nicht definieren. Was genau Sie unter einem „Nano-Influencer“ oder „adaptiven Preismechanismus“ verstehen, aber vielleicht schon.
- Es empfiehlt sich, die Fragestellung sowie die geplante Behandlung dieser **Fragestellung zuerst zu formulieren**. Nur so ist ein zielgerichtetes Arbeiten möglich. Häufiger Fehler: Eine Arbeit enthält irrelevante Aspekte. Tipp: Der Verfasser sollte sich bei jedem Abschnitt die Frage stellen, ob dieser zur Lösung der eingangs formulierten Fragestellung und deren Behandlung wirklich einen Beitrag leistet.
- In der **Zusammenfassung** (letztes Kapitel jeder Arbeit) sollte auf die Behandlung der Fragestellung zurückgekommen werden. Hier werden Antworten auf die eingangs gestellte Frage erwartet. Mit anderen Worten: In der Zusammenfassung muss klar werden, was der Leser durch die Arbeit gelernt hat und was für eine Analyse der zu Prüfende explizit durchgeführt hat. Nicht gefragt sind hier philosophische Ausblicke. Auch beim Formulieren der Zusammenfassung lässt sich noch einmal gut prüfen, welche Teile der Arbeit wirklich relevant sind. Frage: Welche Abschnitte tragen zum Erreichen des in der Zusammenfassung dargestellten Ergebnisses bei?
- Drei Dinge, durch die Sie sich vor allem profilieren können: **Strukturieren, strukturieren und nochmals strukturieren!**

- Günstig ist es, so oft es geht **Tabellen und Abbildungen** anzufertigen. Sie sind die beste Strukturierungshilfe. Wurde ein Zusammenhang erst einmal in einer Abbildung oder Tabelle dargestellt, ergibt sich der Text quasi von selbst. Einige Abbildungen und Tabellen werden nur für den Verfassenden bei der Erstellung der Arbeit eine Hilfe sein, nicht aber in die Arbeit selbst eingehen. Aber: Auch in der Arbeit sollten so weit wie möglich Abbildungen und Tabellen verwendet werden, da sie dem Lesenden die Lektüre wesentlich erleichtern.
  - Soll ein Überblick über verschiedene Theorien, Modelle, Methoden oder empirische Studien gegeben werden, ist es in der Regel sinnvoll, diese zunächst zu **klassifizieren** oder typisieren (siehe Literatortabellen im Anhang des Dokuments). Was man nie tun sollte: einfach Studie an Studie bzw. Modell an Modell reihen. Eine Klassifikation sollte einen **vollständigen Überblick über die verfügbaren/bekanntesten Theorien**, Methoden, Modelle bzw. Studien geben. Werden in der weiteren Arbeit nur ausgewählte Theorien, Methoden, usw. behandelt, sollte zumindest ein kurzer Hinweis auf die anderen erfolgen. Es sollte deutlich werden, warum gerade die betrachteten Theorien, Methoden usw. und nicht andere ausgewählt wurden.
  - Sollen verschiedene Theorien, Methoden, Modelle, Studien beurteilt werden, empfiehlt es sich, im Vorfeld **Beurteilungskriterien** zu entwickeln. Achtung: Bei der späteren Beurteilung der Methoden usw. sind dann auch diese – und nur diese – Kriterien zugrunde zu legen.
  - Liegt eine Vielzahl empirischer Studien vor, bringt es oft (nicht immer) wenig, ausgewählte Studien ausführlich darzustellen. Interessanter ist häufig ein **Überblick über die Ergebnisse verschiedener Studien**. Hier bieten sich Tabellen an!
  - Sollen verschiedene empirische Studien dargestellt werden, ist besonders herauszuarbeiten, inwiefern sich die Ergebnisse ent- bzw. widersprechen.
  - Widersprechen sich die Ergebnisse verschiedener empirischer Studien, ist zu untersuchen, womit die Unterschiede erklärt werden können. In diesem Fall ist unter anderem die Vorgehensweise der Untersuchungen zu betrachten. Gefragt ist dabei nicht eine allgemeine Kritik verschiedener Vorgehensweisen. Vielmehr ist zu analysieren, inwiefern sich die einzelnen Studien in ihrer Methodik unterscheiden und ob diese Unterschiede die Divergenz der Ergebnisse erklären können.
- **Hypothesen**, Erfahrungen von Praktikern, theoretische Betrachtungen oder plausibles Wissen sind von empirischen Ergebnissen zu unterscheiden.
  - Aussagen sind möglichst präzise zu fassen. Es ist äußerst ungeschickt, nur von "relevanten" Daten, Quellen oder Einflussfaktoren zu sprechen. Nie sollten vage "die Studien" erwähnt werden. Sobald es um empirische Untersuchungen geht, sind diese zu nennen.
  - **Undifferenzierte Urteile** sind zu vermeiden. Vielmehr sind Urteile zu begründen. Eigene Werturteile sind von Tatsachenbehauptungen zu trennen.  
(Das soll Ihnen nicht den Mut zum eigenen Urteil nehmen – aber bitte begründen!)

## 3. Formale Gestaltung der Arbeit

### 3.1 Umfang und Formatierung der Arbeit

Für den Umfang der Arbeiten dienen folgende Maximalwerte als Orientierung (inklusive Abbildungen und Tabellen, aber exklusive Deckblatt, Verzeichnisse (Gliederung sowie Abbildungs-, Tabellen-, Abkürzungs- und Literaturverzeichnis) sowie Anhang):

- Oberseminararbeiten ca. 2.000 Wörter (Minimum 1.500 bis Maximum 2.500) pro Teilnehmenden, das entspricht ca. 10 Seiten pro Teilnehmenden,
- Seminararbeiten 5.000 Wörter, oder 20 Seiten maximal, je nachdem was zuerst erreicht wird.
- Bachelorarbeiten 9.000 Wörter, oder 40 Seiten maximal, je nachdem was zuerst erreicht wird.
- Masterarbeiten 12.000 Wörter, oder 50 Seiten maximal, je nachdem was zuerst erreicht wird.

Die Einhaltung dieser Zeichenanzahl als **Maximum** ist ein wichtiger Bestandteil der Aufgabe. Die Beschränkung verlangt, Wichtiges von Unwichtigem zu unterscheiden und präzise Darstellungen, statt umständlicher Umschreibungen zu verwenden. Wird eine Maximalzahl überschritten, impliziert dies negative Konsequenzen für Ihre Benotung. Nur bei Oberseminararbeiten gibt es auch eine Minimalanzahl. Ausnahmen von den oben genannten Umfangangaben können nur nach frühzeitiger vorheriger Absprache mit dem zuständigen Betreuenden vereinbart werden.

Für die **Formatierung** gelten folgende Angaben:

- Text in Proportionalsschrift (Arial 10 pt oder Times New Roman 12 pt), Zeilenabstand „Mehrfach 1,2“ sowie Absatzabstand 6 pt nach jedem Absatz.
- Seitenränder links und rechts 2,5 cm sowie oben und unten 2,5 cm.
- **Blocksatz!**
- Seiten der Verzeichnisse und des Anhangs werden fortlaufend römisch nummeriert, der Textteil erhält eine arabische Seitennummerierung!
- Tabellen und Abbildungen sind mit einem kurzen Titel zu versehen und jeweils fortlaufend zu nummerieren (siehe dazu Seite 7).
- Unterstreichungen sollten Hyperlinks vorbehalten bleiben. Für Hervorhebungen können fette oder kursive Formatierungen verwendet werden.
- Benutzen Sie die Silbentrennung des Textverarbeitungsprogramms!

Ein Beispieldokument kann auf der Website des Lehrstuhls heruntergeladen werden.

Die Verwendung eines Textverarbeitungssystems (kompatibel mit Word für Windows) ist Voraussetzung. Sollte jemandem kein PC mit entsprechender Ausstattung zur Verfügung stehen, so kann auf das Rechenzentrum der Universität oder den Multimedia-Pool des Lehrstuhls für Marketing zurückgegriffen werden (Lehrgebäude 10, Raum 429g).



## 3.2 Aufbau der Arbeit

Für den Aufbau der Arbeit ist folgendes Ordnungsschema zu verwenden.

- Deckblatt (siehe Muster am Ende der Richtlinie)
- (Verzeichnisse)
  - Strukturiertes Inhaltsverzeichnis mit Seitenzahlen
  - Abbildungsverzeichnis mit Seitenzahlen
  - Tabellenverzeichnis mit Seitenzahlen
  - Abkürzungsverzeichnis
- Inhaltliche Abhandlung (Text)
- Literaturverzeichnis (alphabetische Aufzählung der verwendeten Quellen)
- ggf. Anhangsverzeichnis mit anschließendem Anhang (z. B. Statistiken, Fragebögen, Übersichten, die nicht direkt zum Text gehören oder den Textfluss stören)
- Erklärung

## 3.3 Begriffe und Textverständlichkeit

- Bitte verwenden Sie **Begriffe** so einheitlich wie möglich. Ein Attribut bleibt, wenn einmal so benannt, ein Attribut und wird nicht mal als Merkmal, mal als Variable bezeichnet.
- Die **Überschriften** – etwa in der Gliederung – sind informativ und dennoch knapp zu formulieren. Die einzelnen **Gliederungspunkte** sollten mindestens eine, maximal zwei bis drei Seiten umfassen. Innerhalb des Textteils sind die Gliederungspunkte optisch hervorzuheben (z. B. Fettschrift, größere Schrift).
- Die **Verständlichkeit** eines Textes kann durch die Verwendung von kurzen Sätzen, einer einfachen, aber fachsprachlich korrekten Wortwahl und durch die Vermeidung von Füllwörtern und überflüssigen Fremdwörtern wesentlich erhöht werden. Die Verwendung einer umgangssprachlichen Ausdrucksweise, dichterische Stilmittel und Wechseln der Termini stören die wissenschaftliche Ausdrucksweise.

## 3.4 Abbildungen und Tabellen

- Jede Abbildung (siehe Abbildung 1) und Tabelle hat dieselbe Schriftart wie der Fließtext. Für die Schriftgröße sollte – je nach gewählter Vorlage – Arial 8 pt oder Times New Roman 10 pt verwendet werden. Sowohl Abbildungen als auch Tabellen werden von einem Rahmen umschlossen. Unter diesem Rahmen steht die Nummer der Abbildung bzw. Tabelle, dahinter eine möglichst genaue Angabe des Inhalts als Titel. Quellenangaben zu Abbildung und Tabelle gehören in Klammern hinter den Titel und sind durch den Hinweis „Quelle“ gekennzeichnet. Beruht die Tabelle auf eigenem Datenmaterial bzw. ein Schaubild auf einer eigenen Darstellung, so ist die Quelle wie folgt anzugeben „Quelle: Eigene Darstellung“. Abbildung und Tabelle werden (gesondert) fortlaufend nummeriert. Auf jede Abbildung und Tabelle muss im Fließtext verwiesen werden (hier etwa auf Abbildung 1 als Beispiel einer Abbildung, auf die im Fließtext verwiesen wird).
- Eine Beispielabbildung folgt auf der nächsten Seite:

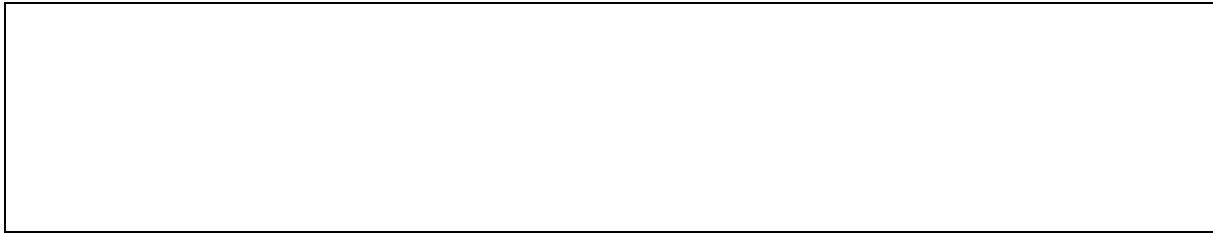


Abbildung 1: Das Nichts (Quelle: Eigene Darstellung)

### 3.5 Zitierweise (Quellenangabe)

- Aus **jedlichen Quellen** übernommene Gedanken – sowohl bei wörtlicher als auch bei sinngemäßer Übernahme – sind als solche zu **kennzeichnen**.
- Die **Quellenangaben** werden nach der Harvard-Zitierweise **direkt in den Text eingefügt**, z. B. (Baier/Brusch 2009, S. 79–81). **Fußnoten** sollten dagegen nur in begründeten Fällen für **Anmerkungen** genutzt werden.
- Wörtliche und sinngemäße Zitate, Übernahmen oder Anlehnungen aus allen Publikationen sind als solche zu kennzeichnen. Wörtliche Zitate in englischer Sprache werden nicht ins Deutsche übersetzt!
- Der **Normalfall** eines Zitates ist der **sinngemäße Verweis** auf eine Quelle, die auch **tatsächlich gelesen** wurde (!). **Wörtliche Zitate sollten nur in Ausnahmefällen verwendet werden**. Typische Ausnahmen sind: (1) die Verwendung einer **Definition** und (2) das Zitieren einer widersprüchlichen Position. Wenn Sie jemand anderem in ihrem Text **widersprechen**, dann geben Sie gewissermaßen den jeweiligen Autoren die Möglichkeit sich zu verteidigen und den Sachverhalt in ihren eigenen Worten darzustellen.

Beispiel für ein **wörtliches Zitat**:

„In unternehmensexterner Hinsicht umfasst Marketing die Konzeption und Durchführung marktbezogener Aktivitäten eines Anbieters gegenüber Nachfragern oder potentiellen Nachfragern seiner Produkte (physische Produkte und/oder Dienstleistungen). Diese marktbezogenen Aktivitäten beinhalten die systematische Informationsgewinnung über Marktgegebenheiten sowie die Gestaltung des Produktangebots, die Preissetzung, die Kommunikation und den Vertrieb.“ (Homburg/Krohmer 2009, S.10)

Beispiel für ein **sinngemäßes Zitat**:

Die Marketingdefinition aus unternehmensexterner Sicht stellt die kundenspezifische Orientierung des Unternehmens heraus. Sie umfasst sämtliche Aktivitäten, die sich auf die Bearbeitung von Märkten bezieht, auf denen die Unternehmung derzeit tätig ist (z. B. systematische Informationsgewinnung über Marktgegebenheiten) sowie Maßnahmen im Rahmen des Marketing-Mix (Homburg/Krohmer 2009, S.10).

- **Sekundärzitate** sollten nach Möglichkeit vermieden werden. Sind sie nicht zu vermeiden, werden sie wie folgt gekennzeichnet:

... (Weinberg 1977, S. 41 zit. nach Kroeber-Riel et al. 2009, S. 443) ...

Die Originalquelle (hier: Weinberg 1977) ist **nicht** im Literaturverzeichnis aufzuführen!

- Haben mehrere Quellen eines Autors **ein und dasselbe Erscheinungsjahr**, so wird die entsprechende Jahreszahl mit **Kleinbuchstaben** gekennzeichnet (Angabe auch im Literaturverzeichnis!).

... (Schulze 2010a, S. 321) ...

... (Schulze 2010b, S. 123) ...

- Bei **drei oder mehr Verfassern** wird der Name des ersten Autors mit dem Zusatz „et al.“ angeführt.  
... (Kroeber-Riel et al. 2009, S. 52) ...
- Quellenangaben sind mit den **genauen Seiten- bzw. Spaltenzahlen** anzugeben. Dies bedeutet auch, dass auf die Abkürzungen ‘f.’ und ‘ff.’ im Sinne eines unbestimmten Verweises auf nachfolgende Seiten verzichtet werden sollte.

→ Es ist auf eine einheitliche Zitierweise zu achten!

### 3.6 Literaturverzeichnis

Im Literaturverzeichnis sind alle herangezogenen Quellen – und nur diese – aufzuführen. Es wird alphabetisch nach Verfassernamen und danach (bei gleichen Verfassern) nach Jahreszahlen geordnet. Die Namen der Verfasser sind vollständig auszuschriften. Sind erforderliche Daten unbekannt, werden die Abkürzungen „o.V.“ (ohne Verfasser), „o.J.“ (ohne Jahr) oder „o.O.“ (ohne Erscheinungsort) verwendet.

#### Bücher:

- Name(n), Vorname(n) des/der Verfasser(s),
- in Klammern das Erscheinungsjahr, Doppelpunkt
- Titel – ggf. Untertitel,
- ggf. Band,
- ggf. Titel des Bandes,
- ggf. Auflage mit eventuellen Zusätzen,
- Erscheinungsort(e).

#### Mit folgender Interpunktion:

(Stüber 2011, S. 29)

Stüber, Eva (2011): Personalisierung im Internethandel – Die Akzeptanz von Kaufempfehlungen in der Bekleidungsbranche, Wiesbaden.

#### Zeitschriftenaufsätze und Artikel in Magazinen:

- Name(n), Vorname(n) des/der Verfasser(s),
- in Klammern das Erscheinungsjahr, Doppelpunkt
- Titel – ggf. Untertitel,
- das Wort „in:“,
- Name der Zeitschrift bzw. deren übliche Abkürzung,
- ggf. Jahrgang,
- ggf. Nummer des Heftes und Erscheinungsjahr (unbedingt notwendig, wenn die Jahrgänge seitenmäßig nicht fortlaufend nummeriert sind),
- erste und letzte Seite des Artikels.

**Mit folgender Interpunktion:**

(Moon et al. 2010, S. 115)

Moon, Sangkil; Bergey, Paul K; Iacobucci, Dawn (2010): Dynamic Effects Among Movie Ratings, Movie Revenues, and Viewer Satisfaction, in: Journal of Marketing, 74 (1), 108–121.

**Zeitungsartikel**

- Name(n), Vorname(n) des/der Verfasser(s),
- in Klammern das Erscheinungsjahr, Doppelpunkt
- Titel des Artikels – ggf. Untertitel,
- das Wort „in:“,
- Name der Zeitung bzw. deren übliche Abkürzung,
- Nummer der Zeitung („Nr.“),
- Tagesdatum der Zeitung („v.“)
- erste und letzte Seite des Artikels.

**Mit folgender Interpunktion:**

(Bünder 1993, S. 2)

Bünder, Hartmut (1993): Unternehmenshaftung bei Umweltschäden, in: FAZ, Nr. 73 v. 16.04.1993, 2.

**Artikel in Sammelwerken:**

- Name(n), Vorname(n) des/der Verfasser(s),
- in Klammern das Erscheinungsjahr, Doppelpunkt
- Titel des Artikels – ggf. Untertitel,
- das Wort „in:“,
- Name(n), Vorname(n) des/der Herausgeber(s) mit dem Zusatz „(Hrsg.)“,
- Name (Titel) des Sammelwerks (ggf. Abkürzungen, besonders bei Handwörterbüchern),
- Erscheinungsort(e),
- erste und letzte Seite des Artikels.

**Mit folgender Interpunktion:**

(Gaul/Baier 2009, S. 170–171)

Gaul, Wolfgang; Baier, Daniel (2009): Simulations- und Optimierungsrechnungen auf Basis der Conjointanalyse, in: Baier, Daniel; Brusch, Michael (Hrsg.): Conjointanalyse – Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, Berlin u.a., 163–182.

**Hochschulschriften:**

- Name, Vorname des Verfassers,
- in Klammern das Erscheinungsjahr, Doppelpunkt
- Titel der wiss. Arbeit – ggf. Untertitel,
- ggf. Hochschulname (falls mehrere Universitäten an einem Hochschulort),

- Hochschulort.

**Mit folgender Interpunktion:**

(Sachs 2000, S. 123–128)

Sachs, Christian (2000): Planung und Bewertung strategischer Investitionsprojekte auf Basis stochastischer Netzpläne, Diss., Cottbus 2000.

**WWW-Seiten:**

- Name(n), Vorname(n) des/der Verfasser(s),
- in Klammern das Erscheinungsjahr, Doppelpunkt
- Titel des Artikels – ggf. Untertitel,
- das Wort „in:“,
- Name der veröffentlichenden Körperschaft bzw. Name der Homepage (keine unbekanntenen Abkürzungen verwenden!),
- das Wort „URL:“,
- vollständiger URL (d.h. genaue Internet-Adresse der Seite) (eine Unterstreichung als Hyperlink ist hier zulässig)
- Tagesdatum der Recherche.

**Mit folgender Interpunktion:**

(O.V. 2009)

O.V. (2009): Kaufentscheidungen effizient beeinflussen?, in: Electronic Commerce InfoNet, URL: <http://www.ecin.de/marketing/kaufentscheidung-beieinflussen>, 06.08.2012.

## 4. Abgabe der Arbeit

### 4.1 Hinweise für Seminar-/Oberseminararbeiten

Die fertige Arbeit ist beim betreuenden Mitarbeiter **fristgerecht** abzugeben:

- gedruckt sowie geheftet (keine Ringbindung) in **einfacher** Ausfertigung sowie
- elektronisch gespeichert im Ursprungsformat (kompatibel mit den MS Office Word; kein PDF!) in einfacher Ausfertigung.

### 4.2 Hinweise für Bachelor-/Masterarbeiten

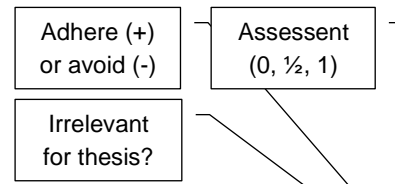
**Abschlussarbeiten sind fristgerecht beim Studierendenservice abzugeben:**

- gedruckt sowie geheftet oder gebunden (keine Ringbindung) in **dreifacher** Ausfertigung sowie
- elektronisch gespeichert im Ursprungsformat (kompatibel mit den MS Office Word; kein PDF!) in einfacher Ausfertigung.
- Die Daten – Rohdaten, auch Interviews oder Literaturerhebungen, sowie ausgewertete Daten und Auswertungen (z.B. als R-Skript oder SPSS-Output) – sowie die genutzten Stimuli und Messinstrumente (z.B. Videos, Bilder, Fragebögen, etc.) sind in elektronischer Form mit abzugeben!

## 5. Bewertung der Arbeit

Die Bewertung verwendet die folgenden Kriterien als Anhaltspunkte für die Einschätzung der Qualität. Die Auswahl und Gewichtung der Kriterien werden im Einzelfall angepasst. Sie können die Kriterien als eine Checkliste verstehen. Positive Kriterien sollten Sie versuchen zu erfüllen, negative zu vermeiden.

### Criteria for grading



<b>ABSTRACT</b>		<b>2</b>
Abstract offers compelling reason to an unfamiliar reader for reading the thesis		+
Abstract summarizes main result (in min. 100 – max. 250 words)		+
Abstract remains abstract (no concrete detail)		-
<b>INTRODUCTION</b>		<b>10</b>
Creates interest for the topic		+
Introduces relevant question(s) (reason to care)		+
Presents what is known (incl. key literature)...		+
... and what is not known (wider gap)		+
Clearly frames research problem (the actual gap)...		+
... using concrete example(s)...		+
... and why it is important to address it (and why with science)		+
Clearly states what will be done to address the problem (objective of the study)		+
Clear and convincing intended contribution (what could be learned; relevance of the study)		+
Clear differentiation from existing research (what is new/different/special here)		+
Overpromises on contribution and relevance of the study		-
<b>LITERATURE, BACKGROUND &amp; THEORY (could also be part of introduction)</b>		<b>11</b>
Literature search follows consistent and convincing criteria (e.g., search procedure, etc.)		+
Identifies current topics, trends, relevant streams in related literature (frontier literature)		+
Identifies inconsistencies, critique, weaknesses and omissions in extant literature (frontier literature)		+
Presents and explains needed core or additional literature (e.g., theory/method used to solve the problem)		+
Covers relevant alternative(s) from other streams/fields		+
Literature table or figure for synthesis/overview (e.g., showing gap, or trends, or contribution, etc.)		+
All relevant constructs and mechanisms/theories are precisely defined and consistently used		+
Convincing, logical, and consistent arguments, backing claims with reasons and evidence		+
Arguments flow and form an internally consistent chain of evidence		+
Identifies logical and testable claims/hypotheses or precise questions (must reflect intended contribution)		+
Presents claims/hypotheses/questions in a conceptual model (graphic)		+
Omits a clearly relevant topic/literature/theory/field		-
Presents irrelevant or unnecessary content		-
<b>STUDY DESIGN, MATERIALS &amp; METHODS</b>		<b>8</b>
Clearly describes type(s) of <i>method(s)</i> used (e.g., surveys, experiment, model, simulation, content analysis, bibliography, meta-analysis, thought experiment, etc.)		+
All <i>materials</i> (e.g., stimuli, surveys, protocols, lists, etc.) are provided to allow <i>reproducing</i> the study (e.g., in appendices)		+
Convincing detailed arguments for all study design choices and elements (e.g., criteria flow charts, recommendations in prior research, pre-studies testing materials, etc.)		+
Selected <i>measures and scales</i> allow for reliable and valid measurement of intended constructs; potential issues are discussed		+

Key issues of chosen method are identified and addressed following state of the art (e.g., manipulation checks, selection for experiment; selection, common method, unobserved variable biases for observed data; inter-rater reliability, sample selection for qualitative analyses, etc.)	+
Sampling/case selection is appropriate to the goal (e.g., sample size, sampling rules, etc.)	+
Convincing data processing (e.g., for outliers) and data tests (e.g., autocorrelation, distribution, etc.)	+
Descriptive statistics / case summary tables, etc. for data overview	+
Study design does not match the conceptual model/research goal	-
<b>RESULTS</b>	<b>6</b>
Results presentation is perfectly clear	+
Results are also shown in an easy interpretable way (e.g., summary tables, graphs)	+
Complete but concise reporting of common relevant statistics (e.g., t-values, goodness of fit, etc.)	+
Results match intended research question	+
Results are discussed and interpreted correctly and consistently	+
Alternative explanations/theories/method issues tested/discussed/ruled out (e.g., reliability, endogeneity, omitted variable, subjects guessed study purpose, etc.)	+
Inappropriate, incomplete or flawed use of analysis method	-
<b>DISCUSSION &amp; CONTRIBUTION</b>	<b>6</b>
Findings conclusively close the gap/answer the question	+
Findings are put in context of wider research question and relevant context (incl. literature)	+
Convincing new implications for key literature/theory pieces or streams (e.g., settles debate, opens conflict, new testable predictions, researchers should take away, new research needed, etc.)	+
Convincing new implications for practitioners (e.g., should marketers/consumers/policy makers behave differently, learn from it, etc.). Clear and concrete recommendations.	+
Addresses obvious and reasonable limitations (but not all possible minor or general ones)	+
Convincing take-away punchline	+
Mere repetition of findings, over-claiming, or vague implications	-
<b>FORMAL ASPECTS</b>	<b>11</b>
Conforms to length requirements	+
Required quantity and quality of cited literature	+
Formally correct and consistent citation style and bibliography	+
Formally correct and consistent layout (text layout, page layout, etc.)	+
All numeration schemes are correct (page numbers, headlines, tables, figures, etc.)	+
All figures and tables are referred to in the text	+
Formally correct outline (useful depth, logical structure, correct number of sub-headlines, etc.)	+
Useful outline (talking headlines, clear description of section content)	+
Consistent use of terms, descriptions and keywords	+
Grammar, spelling and punctuation are impeccable	+
Engaging writing style and smooth flow of the argument (easy to read)	+
Unclear, incomprehensible writing (not always clear)	-
Extensive, rambling, repeating writing style (not always crisp)	-
Citations and bibliography do not match (incomplete)	-
Excessive supervision: we provided substantial help	-
Forgot to sign declaration in all submitted documents	-
<b>THESIS SEMINAR PARTICIPATION</b>	<b>4</b>
Participated actively in thesis seminar series	+
Presented milestone 1	+
Presented milestone 2	+
Presented milestone 3	+
Excessive supervision: we provided substantial help	-



## Anhang

[Muster eines Deckblattes]

# Seminar-/Oberseminar-/ Bachelor-/Masterarbeit

am  
Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre,  
insbesondere Marketing  
Prof. Dr. Florian Dost

Brandenburgische Technische Universität Cottbus - Senftenberg  
Fakultät für Wirtschaft, Recht und Gesellschaft  
Institut für Wirtschaftswissenschaften

## (THEMA)

Eingereicht von:

Name: .....

Matr.-Nr.: .....

Anschrift: .....

.....

Betreut von:

<Titel> <Name>

Cottbus, TT.MM.JJJJ

## Erklärung

Der Verfasser erklärt, dass die vorliegende Arbeit selbständig, ohne fremde Hilfe und ohne Benutzung anderer als die angegebenen Hilfsmittel angefertigt wurde. Die aus fremden Quellen (einschließlich elektronischer Quellen) direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind ausnahmslos als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit ist in gleicher oder ähnlicher Form oder auszugsweise im Rahmen einer anderen Prüfung noch nicht vorgelegt worden.

Ort, Datum

Unterschrift des Verfassenden

Beispiel: möglicher Aufbau von Literaturtabellen

Autor(en) (Jahr)	Theoretische Grundlagen	Unabhängige Variablen	Abhängige Variablen	Empirische Basis		Zentrale Ergebnisse
				Datengrundlage	Analysemethoden	
Yadav/ Monroe (1993)	Prospect-Theorie, Mental Accounting	Discounts auf Einzelpreise, zusätzlicher Discount für das Bündel	Wahrgenommener Transaktionsnutzen	Experiment: 252 Studierende Produkt: Reisesache, Koffer	Varianzanalyse	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Der Einfluss der Discounts für die einzelnen Produkte (bei separatem Kauf) auf den wahrgenommenen Transaktionsnutzen ist geringer als der Einfluss eines zusätzlichen Discounts für das Bündel.</li> <li>▪ ...</li> </ul>

Autor(en) (Jahr)	Theoretische Grundlage	Datengrundlage und Analysemethode	Branche (Produkt)	Unabhängige Variable(n)	Abhängige Variable(n)	Zentrale Ergebnisse
Maxwell (2002)	Attributions-theorie, Theorie der kognitiven Dissonanz	Experiment 1: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Studierende des Marketing (n<sub>1</sub>=393)</li> <li>▪ Kausalanalyse</li> </ul>	Luftfahrt (Flugtickets)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Referenzpreis (gleich/geringer als der tatsächliche Preis)</li> <li>▪ Anbietermacht (niedrig/hoch)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wahrgenommene Preisfairness</li> <li>▪ Einstellung gegenüber dem Anbieter</li> <li>▪ Kaufabsicht</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zwischen der wahrgenommenen Preisfairness (tatsächlicher Preis entspricht dem Referenzpreis) und der Kaufabsicht besteht ein indirekter positiver Zusammenhang: Die wahrgenommene Preisfairness wirkt zunächst positiv auf die wahrgenommene Fairness der Preisbestimmung, die wiederum einen positiven Einfluss auf die Einstellung gegenüber dem Anbieter ausübt.</li> <li>▪ ...</li> </ul>